



MARKETINGOVÝ MIX

Definícia marketingového mixu

O TEJTO TÉME:

“Marketingový mix je súborom taktických marketingových nástrojov, ktoré podniku umožňujú upraviť ponuku podľa želaní spotrebiteľa na cieľovom trhu. Pojem mix zdôrazňuje, že žiadny z nástrojov sa nepoužíva izolovane, ale že ide o ich integráciu a koordináciu.”

ČO SA DOZVIEŠ:

- kto boli Neil Hopper Borden a Edmund Jerome McCarthy a akú úlohu zohrali pri formovaní marketingového mixu
- ako vysvetlíjeme marketingový mix
- terminológiu marketingového mixu, ktorú používame na Slovensku

👉 Pôvod a vývoj marketingového mixu

👉 Chápanie marketingového mixu

👉 Terminológia na Slovensku

Pôvod a vývoj marketingového mixu

Marketingový mix je súborom taktických marketingových nástrojov, ktoré podniku umožňujú upraviť ponuku podľa želaní spotrebiteľa na cieľovom trhu. Skladá sa zo všetkých aktivít, ktoré podnik vyvíja, aby vzbudil dopyt po produkte. Koncept marketingového mixu údajne zaviedol Neil Borden, profesor reklamy vo svojom prezidentskom prejave k Americkej marketingovej asociácii v roku 1953.

Po Bordenovi sa čoskoro objavilo mnoho ďalších autorov, popisujúcich veľké množstvo nástrojov marketingového mixu, spomedzi ktorých prežil a stal sa dominantným marketingový mix Edmunda Jeroma McCarthyho, profesora marketingu. McCarthy všetky, ostatnými autormi navrhované, a pritom rôznorodé aktivity spojil do štyroch pomerne širokých kategórií: produktu, ceny, miesta a propagácie. Propagáciu rozdelil na reklamu, osobný predaj, publicitu a podporu predaja. Pojem mix zdôrazňuje, že žiadny z nástrojov sa nepoužíva izolovane, ale že ide o ich integráciu a koordináciu.

Chápanie marketingového mixu

Marketingový mix chápeme aj ako súbor kontrolovateľných faktorov, ktoré firma spája do určitého celku so zámerom vyvolať želanú reakciu na cieľovom trhu. Ide o spojenie výrobkovej, cenovej, distribučnej a komunikačnej politiky, ktoré ako celok docielia žiadúcu odozvu na cieľovom trhu.

Terminológia na Slovensku

Terminológia tradičného marketingového mixu sa dlhé roky na Slovensku viaže k termínom produkt, cena, distribúcia (miesto) a marketingová komunikácia (propagácia).

CHCETE SI Z TÉMY ODHRYZNÚŤ EŠTE VIAC?

<https://www.martinus.sk/135459-marketing-management/kniha>

<https://www.martinus.sk/1209851-marketing/kniha>